

КОРОБКИН АНАТОЛИЙ ЗИНОВЬЕВИЧ

(канд.экон.наук, доцент, заведующий кафедрой экономических и правовых дисциплин Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации, Республика Беларусь)

ЛАЦКЕВИЧ НАТАЛЬЯ ВАСИЛЬЕВНА

(канд.экон.наук, доцент кафедры экономики торговли Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации, Республика Беларусь)

Экономическая сущность и подходы к оценке социальной эффективности организаций торговли

АННОТАЦИЯ

В статье раскрыта сущность социальной эффективности торговли как экономической категории, определен критерий социальной эффективности торговли. Предложена к использованию на практике система показателей оценки социальной эффективности торговли, состоящая из нескольких подсистем.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: социальная эффективность торговли; система показателей; критерий эффективности; покупательный спрос; товарооборот.

ABSTRACT

The article discloses the essence of social efficiency of trade as an economic category, determines the criterion of social efficiency of trade. To be put into practice, the system of activities of assessment of social efficiency of trade consisting of several sub-systems has been suggested.

KEY WORDS: social efficiency of trade; system of activities; criterion of efficiency; purchasing demand; turnover.

Эффективность – это понятие, обозначающее результативность функционирования системы какого-либо рода. Оно может быть применено к общественному производству в целом, к отдельным его сферам (производство, обращение, обмен и потребление), отдельным видам деятельности в экономике, отдельным организациям торговли.

Сущность эффективности любого экономического явления состоит в том, чтобы на каждую единицу затрат или ресурсов (трудовых, материальных и финансовых) получить максимальный результат.

Эффективность – это социально-экономическая категория. Повышение эффективности выражается в экономии живого и овеществленного труда. Но нужна не всякая экономия, а способствующая более качественному и полному удовлетворению общественных и личных потребностей субъектов экономики.

По степени охвата результата деятельности организации различают социальную эффективность и экономическую эффективность.

Социальный аспект предполагает оценку степени влияния организации на различные стороны жизни населения, удовлетворение спроса, качество обслуживания потребителей и т.п.

Экономическая эффективность – это результативность реального процесса деятельности организации. Она отражает уровень развития и степень использования ресурсов, текущих затрат и характеризуется успехами в достижении прибыли – конечного результата хозяйственно-финансовой деятельности.

Критерий эффективности – целевой показатель, по которому можно судить о достижении определенного уровня эффективности. Для любой организации критерием экономической эффективности служит увеличение всего того, что представляет для нее ценность в настоящем или будущем.

Критерием экономической эффективности организаций вообще является максимальное получение прибыли при оптимальном использовании ресурсов.

Критерий социальной эффективности функционирования организации сферы услуг – достижение максимального результата по удовлетворению спроса обслуживаемого населения в товарах и услугах при качественном их обслуживании и минимальных затратах покупателей.

Критерием социально-экономической эффективности организации является наиболее полное удовлетворение спроса населения в товарах и услугах по объему и структуре с учетом надлежащего качества обслуживания, минимальных затратах при максимально выгодном (прибыльном, доходном) и оптимальном использовании ресурсов.

С учетом особенностей производственных процессов в организациях сферы услуг их социальный эффект может быть как внешним, так и внутренним. Внешний социальный эффект – это эффект, получаемый населением от обслуживания. Эффект, связанный с улучшением условий и характера труда, жизни и быта самих работников организации представляет ее внутренний социальный эффект.

Первый вид социальной эффективности является результатом работы организаций с населением.

Социальный эффект клиентов, покупателей и социальный эффект работников организации сферы услуг взаимосвязаны и взаимообусловлены. Социальная эффективность персонала организации выступает в качестве фактора социального эффекта населения, потому что улучшения условий работы и жизни работников влияют на качество обслуживания, что, в свою очередь является фактором повышения внешней социальной эффективности организации.

Социальная эффективность функционирования организации определяется степенью соответствия целям, задачам развития самого хозяйствующего субъекта в целом. Это выражается в улучшении условий труда, активизации предприимчивости, повышении квалификации кадров и как результат в повышении культуры труда, в повышении качества обслуживания, повышении степени удовлетворения спроса, реализации социальных интересов работников и клиентов.

Ещё один аспект социальной эффективности организации сферы услуг характеризуется ее участием в формировании бюджета государства. Это является фактом проявления социальной эффективности на общественном уровне, так как отчисления в бюджет перераспределяются на решение социальных задач общества: пенсионное обслуживание, финансирование объектов социально-культурной сферы и т. п. Следовательно, это социальный эффект организаций сферы услуг в социально-экономических процессах общественного воспроизводства.

Таким образом, социальная эффективность организации сферы услуг представляет собой сложную категорию, составные части которой взаимосвязаны и находятся, с одной стороны, в самой организации, а с другой – вне ее. Эти составные элементы социального эффекта могут быть оценены количественно.

Социальная эффективность функционирования организации сферы услуг выражается:

- уровнем удовлетворения спроса обслуживаемого населения при надлежащем качестве обслуживания и наименьших затратах клиентов на приобретение товаров и услуг;
- уровнем жизни и условий труда работников;
- уровнем решения социальных задач общества.

К показателям, характеризующим удовлетворение покупательного спроса, снижение затрат и экономию времени обслуживаемого населения на приобретение товаров и услуг, относятся следующие:

- Степень освоения покупательных фондов населения на покупку товаров и услуг рассчитывается в процентах как отношение объема деятельности организации к сумме покупательных фондов населения. Стопроцентное их использование означает полное удовлетворение спроса. Если покупательные фонды используются не полностью, то имеет место неудовлетворенный спрос обслуживаемого населения. Однако по одному значению степени освоения покупа-

тельных фондов нельзя судить о тенденциях в изменении степени удовлетворения спроса. Большое значение имеет динамика этого показателя.

- Объем деятельности организации на одного человека, или одну семью обслуживаемого населения по всем товарам, услугам или товарным группам, или видам оборота. Эти показатели дают представление о различиях в уровне потребления материальных благ и услуг в территориальном разрезе. Они могут быть исчислены в стоимостном, в натуральном выражении, и их необходимо сравнивать с физическими нормами потребления и показателями за предшествующие годы в сопоставимом виде.

- Коэффициент завершенности покупки – это соотношение числа посетителей, совершивших покупку, к общему числу посетителей за определенный период. Он отражает степень соответствия предлагаемых товаров, работ, услуг спросу покупателей и зависит от качества обслуживания.

- Коэффициент замены или вынужденной покупки – это соотношение числа посетителей, совершивших покупки в зависимости не от их спроса, а от наличия товаров, работ, услуг к общему числу посетителей.

- Показатели обеспеченности населения организациями сферы услуг – это число объектов обслуживания на 1 тыс. населения; число посадочных мест на 1 тыс. населения; площадь торгового зала на 10 тыс. жителей, число объектов обслуживания на 100 семей. Показатели данной группы относятся к показателям государственных социальных стандартов.

- Степень соответствия фактической обеспеченности населения площадью, согласно установленному нормативу по перечисленным выше показателям.

- Степень охвата населения дополнительными услугами характеризует долю населения, охваченную дополнительными услугами, и измеряется количеством дополнительных услуг на одну организацию (одного покупателя).

- Коэффициент устойчивости ассортимента товаров, работ, услуг определяется путем деления разновидности товаров, работ, услуг, имеющих в

наличии в момент наблюдения, на количество разновидностей товаров, работ, услуг по ассортиментному перечню, характеризует степень соответствия фактического ассортимента товаров, работ, услуг ассортиментному перечню в течение определенного периода времени.

- Затраты времени покупателей в среднем на одну покупку и на рубль покупок. Эти два показателя, дополняя друг друга, характеризуют размер затрат времени покупателей на единицу эффекта. Эффект от этих показателей виден тогда, когда они имеют тенденцию к снижению.

- Затраты времени одного покупателя – это отношение суммы затрат времени посетителей за определенный период (день, месяц или год) к числу посетителей (покупателей).

- Степень применения прогрессивных методов продажи рассчитывается как отношение оборота, полученного прогрессивными методами продажи, к общему объему оборота.

- Коэффициент соотношения активных и пассивных затрат времени покупателей. К пассивным затратам времени относятся затраты времени на ожидание в очередях и расчеты. Остальное время называется активным, повышение которого приводит к экономии времени покупателей.

- Уровень соответствия числа посетителей (потенциальных покупателей) пропускной способности обслуживающих объектов. Если этот коэффициент больше единицы, то покупатели будут стоять в очереди и ждать, когда их обслужат, что приведет к потере времени.

- Уровень правовой защищенности потребителей – это отношение числа покупателей, требования которых были удовлетворены в соответствии с законодательством, к общему числу покупателей, выдвинувших требования.

- Профессиональный и культурный уровень работников организации сферы услуг.

Анкетирование клиентов, работников позволяет оценить показатели, характеризующие условия, характер труда, жизни и быта работников.

- Уровень обеспеченности работников современными орудиями и средствами труда.

- Уровень обеспеченности жильем и транспортными средствами.

- Уровень повышения квалификации.

- Уровень престижности и популярности профессий среди населения, особенно, среди молодежи и др.

- Санитарно-гигиенические показатели условий труда, такие, как уровень освещенности рабочих мест, температурные условия, загазованность, запыленность, сырость, уровень обеспеченности санитарно-бытовыми помещениями и их состояние.

- Уровень текучести и закрепляемости кадров.

- Уровень предоставления работникам организации различных льгот (бесплатное обучение в учебных заведениях, оздоровление, отдых и др.).

- Уровень реальной средней заработной платы.

Проявление социальной эффективности организаций сферы услуг и торговли на общественном уровне выражается удельным весом суммы налогов и обязательных отчислений организации из прибыли и выручки, что отражает вклад организации в решение социальных задач общества.

Решение проблем, прежде всего социального характера, которые не в состоянии разрешить рынок, требует активного государственного регулирования в части создания условий для эффективного функционирования рыночного хозяйства, определения правил экономического поведения субъектов хозяйствования, защиты их интересов, реализации возможностей проявления наиболее эффективных сторон рыночного механизма и устранения его негативных последствий.

Разрешение имеющих место проблем в экономике и необходимость организации стратегического управления сферой услуг, с целью повышения эффективности функционирования, требует наличия научно обоснованного механизма сочетания государственного и рыночного регулирования эконо-

мики, активного участия в этом механизме самих субъектов хозяйствования, способных создавать условия для повышения экономической эффективности предприятий и проявления экономического выбора для предпринимателей и отдельных работников.

Механизм регулирования экономики субъектов хозяйствования обусловлен необходимостью максимального использования заложенных в самой рыночной экономике возможностей для оптимального регулирования производственной деятельности предприятий. В конечном счете, механизм регулирования деятельности субъектов хозяйствования направлен на то, чтобы превратить разрушительные тенденции в экономике в созидательные силы, использовать естественное стремление каждого участника рыночной экономики к достижению собственной экономической выгоды.

Список литературы

1. Экономика организации отрасли: курс лекций/ Т.Н. Сыроед и др.; под общ. ред. А.З. Коробкина. – Гомель: УО БТЭУ, 2016. – 292 с.